

「担い手」から見た地域放送の現在

—地域放送制作者を対象とした2つの意識調査を手がかりにして—

Local Broadcasting from the Perspective of Producers of Cable Television and Community Broadcasting

牛山 佳菜代
(Ushiyama Kanayo)

Abstract :

The objective of this study is to reveal the significance of local broadcasting, specifically cable television and community broadcasting, as a community media. For this purpose, this paper mainly discusses two questionnaire surveys involving producers of cable television and community broadcasting. The surveys show that they are facing a difficult situation, but their involvement in their production has been higher. They have also actively distributing local information to people outside their geographic region by using internet service.

キーワード：コミュニティメディア、ケーブルテレビ、コミュニティFM、インターネット

Key Word : Community Media, Cable Television, Community Broadcasting, Internet

1. はじめに

本稿は、地域放送（ケーブルテレビ、コミュニティFM）に焦点を当て、制作者の意識を踏まえて、コミュニティメディアとしての地域放送の意義を問い直すことを目的としている。コミュニティメディアは、地域メディア、ローカルメディア等呼称は様々に用いられているが、「1つの地域コミュニティを情報エリアの場として、この場を構成する人々がコミュニケーションを促進することができるメディア（金山[2007]）」として定義することができる⁽¹⁾。コミュニティメディアは、地域が置かれた環境、メディア自身の特質、担い手によって様々な特色を有するが、極めて少数で運営・制作されることが多いことから、『人』、すなわち『担い手』の果たす役割が大きい。しかしながら、コミュニティメディアに関する議論の多くは、外部者（＝研究者からの視点）から語られることが多く、当事者である制作者の意識を踏まえた研究は数少ない⁽²⁾。また、近年の研究では、住民参

加や先駆的な事例（特にインターネット）に注目したものが多く、古くから地域に立地するコミュニティメディア、特に地域放送に従事する制作者の意識に関して詳細に分析した研究はそれほど多くはない。

筆者は、かかる状況を鑑みて、制作者の意識を踏まえてコミュニティメディアの現状及びその役割を明らかにするため、これまで、2003年、2004年、2008年、2009年に、長野県及び全国のコミュニティメディアの制作者意識調査を実施してきた（田村・牛山[2004]、牛山・川又・姜[2005]）。本稿では、上記調査の内、2008年2月に長野県の地域放送事業者を対象に実施した「コミュニティ・チャンネルの制作状況に関するアンケート調査（以下、長野調査）」、2009年3月に全国のコミュニティメディア事業者を対象に実施した「地域メディアにおけるインターネットの活用状況に関するアンケート調査（以下、全国調査）」の2つの調査から得られた知見を手がかりとして、地域放送が置

かれた環境及び課題に関して分析を行っていく。なお、本稿の分析においては、量的な分析のみならず、自由回答部分に関して質的な分析も実施する。その上で、コミュニティメディアとして地域放送が果たすべき役割・意義に関して考察を進める。

2. コミュニティメディアとしての地域放送

(1) コミュニティメディア研究の系譜

わが国におけるコミュニティメディアは、技術開発と社会的環境の変化の狭間で、大きく変貌を遂げてきた。田村（2008）によれば、その変容過程は4つに大別される。戦後から1960年代までの「活字メディア」、すなわち「地域小新聞」が各地に広がっていった時代、1960年代からのタウン誌が突如全国に広がっていった時代、1990年代以降の、地域広告を中心とするフリーペーパーが誕生し、全国各地域で発刊されるようになった時代、さらに、ITの自宅・企業への浸透が進み、技術を背景にしたケーブルテレビやコミュニティFMが増加するに至った時代である。田村（2008）に付言するならば、2000年以降は、インターネットを活用した地域ポータルサイトやブログ・SNS等が登場し、地域紙や放送メディアにおいてもインターネットの活用が図られるようになった時代となろう。

上記の変化に呼応して、コミュニティメディアに関する研究課題も変容している。川島（2008）による各時代の主要な研究の分類に従えば、1970年代頃までは、地域メディアという概念は積極的に位置づけられておらず、マスメディア研究の延長線上にあるメディアとして捉えられていた。一方、1970年代に入ると、田村（1974）が、シカゴ社会学における移民研究の成果を土台に、「メディア・エコロジー」という概念を提唱する。この概念は、都市空間を同心円化し、各々の域圏に様々なサイズのメディアを位置付けることを試みたものである。本概念図は紙媒体のメディアが中心であり、地域放送は明確に位置づけられていないものの、マスメディアとは異なるコミュニティメディアの役割が都市空間上において明確に位置づけられ、その後のコミュニティメディア研究に大きな影響

を与えたと考えられる。その後、1980年代にかけて、地域に立地するメディアの影響に関して個別の分析が進められたが、その多くは、視聴者・読者側の視点による分析が中心であった（川島、[2008]）。1990年代に入ると、技術の発達、社会的変化が生じる中で、「地域メディアそのものの存在意義を再確認する作業（川島[2008]）」、「地域住民のメディア参加に関する研究（川島、[2008]）」が行われていく。

以上を整理すれば、戦後、コミュニティメディアの役割が次第に明確化される中で、研究課題も変容を遂げた。新たな担い手に関する研究が多数行われるようになった一方、多種多様な媒体・担い手が登場したが故に、コミュニティメディアの「担い手」に関する定義が曖昧化し、これまでコミュニティメディアを牽引してきた制作者に関して分析される機会が減少傾向にあることが推察される。

(2) 地域放送の発達経緯、現状

次に、本稿の研究対象である地域放送（ケーブルテレビ、コミュニティFM）の発達経緯に関して考察する。

ケーブルテレビの誕生は、1955年、群馬県伊香保温泉にテレビ難視聴対策を目的とした共聴施設に遡ることができる。1960年代には、空きチャンネルを利用して、地域情報を独自に発信しはじめたことで、地域情報を発信するコミュニティメディアとして独自の位置付けがなされるようになった。1973年には、「有線テレビジョン放送法」が施行され、施設設置・運用、業務の運営等を法律に準拠して行うことが義務付けられた。1980年代には、通信衛星を利用した番組供給が開始され、映画・音楽・スポーツ等の多彩な番組を売り物にする多チャンネル放送が本格化する。1990年代には、規制緩和⁽⁴⁾の影響を受けて、MSO⁽⁵⁾による複数地域に跨る運営、インターネットサービスによる双方向機能の拡充などが進み、従来の地域情報を発信するコミュニティメディアから「ブロードバンドメディア」へとその様相が大きく変貌した。言い換えれば、ケーブルテレビは、「地域密着型放送」から、「収益が期待できる産業（岩佐

[2008]]」に変容したとも捉えられる。

一方、コミュニティFMは、「自主制作の番組放送を収益の基盤に据えている（加藤[2008]）」、市町村を対象域としたラジオ局である。1992年に、放送法において周波数割当の仕組みが変更されたことを受けて、北海道函館市に「FMいるか」が第一号として誕生した。制度ができてから10年強であるが、小資本・小運営費が可能であるため、ケーブルテレビより機動的な媒体として機能している。防災／緊急時の情報提供に際して、行政と提携している局も多い。一方で、加藤（2008）は、コミュニティFMは、営利事業でありつつも「非経済的な要素」を組み込んだ形で成立しなければならず、構造的に抱える問題点（＝ディレンマ）があることを指摘している。

3 担い手から見た地域放送の現在

前項で示した地域放送の研究動向並びに発達経緯を踏まえ、本項においては、これまでに筆者が実施した質問紙調査を手がかりとして、担い手から見た地域放送の現状・課題について分析を進める。その上で、コミュニティメディアとしての地域放送の役割・意義を検討していくこととする。

（１）調査概要

i) 「コミュニティ・チャンネルの制作状況に関するアンケート調査（長野調査）⁽⁶⁾」

本調査は、長野県内に立地する地域放送（ケーブルテレビ、コミュニティFM）を対象とした質問紙調査である。本県を調査対象とした理由は以下の３点による。

- ① 山間地域が多いためにテレビ難視聴対策が必要とされる地域が多く、また区域外再送信に対する住民のニーズが高いことから、地域放送（特にケーブルテレビ）が比較的早期より地域に根付いている。平成21年3月末現在、ケーブルテレビ51施設が県内に立地し、加入世帯は45.3万世帯、世帯普及率は56.3%に及ぶ⁽⁷⁾。また、コミュニティFMは、県内に5局立地している（信越総合通信局、2009）。
 - ② 今日でも小規模市町村が多く⁽⁸⁾、各地域に小規模の地域放送施設が立地する。他地域で見られる大規模化が進んでおらず、現在でも、各地域に根差した制作活動が行われている。
 - ③ 日本ケーブルテレビ番組大賞番組コンクール⁽⁹⁾において、県全体での実績（入賞41作品／全315作品）が高く、質的観点からも、積極的かつ活発な制作活動が行われていることが類推される。
- 本調査は、県内69局⁽¹⁰⁾を対象として、2008年2月に郵送留置方式で実施した。内、27局より回答があり、回収率は39.1%となった。調査項目として、①自主制作の概況、②制作スタッフの育成・確保、③地域争点報道への取り組み、④今後の方向性の4点を設定した〔表1〕。

表1 「長野調査」調査項目

回答ブロック	設問概要
自主制作の概況	自主制作の有無、自主制作開始時期、自主制作に携わっている人数、自主制作番組制作本数、自主制作を行う理由
制作スタッフの育成・確保	育成内容、スタッフ育成における課題、スタッフ以外の担い手育成、制作者に必要な要素
地域争点報道（地域ジャーナリズム）への取り組み	地域争点報道へのスタンス、取り上げている内容、視聴者（リスナー）の反応、記者クラブ加入状況、地域争点報道実施上の課題、地域争点報道に関する意識
今後の方向性	今後の力点
フェースシート	放送エリア、局名、役職等

ii)「地域メディアにおけるインターネットの活用状況に関するアンケート調査（全国調査）⁽¹¹⁾」

本調査は、コミュニティメディアにおけるインターネット活用の現況を把握し、インターネットと地域情報の関係性を明らかにするとともに、コミュニティメディアの今後の方向性を探ることを目的として実施したものである。

調査対象は、全国に立地するケーブルテレビ、コミュニティFM、地域紙、フリーペーパーである⁽¹²⁾。調査は、郵送とインターネットを併用して、2009年3月に実施した。メールアドレスが判明した団体には電子メールにて概要を送付し、別途設置したサイトにて回答を依頼した。また、電子メールが判明しなかった団体に対しては、アンケート票を郵送し、サイト、メールにおける回答も適宜受け付けた。送付した845局の調査対象から、135件の回答を得た。本稿においては、内、ケーブルテレビとコミュニティFMからの回答86件を、本稿の分析対象とした。調査項目としては、①団体概要、②ウェブサイトの活用状況、③ウェブサイトの活用成果、課題、今後の方向性の3点を設定した〔表2〕。

(2) 地域放送における制作活動

地域放送における制作活動は、地上波とは異なり、極めて少人数で行われている場合が多い。筆者を研究代表とする研究チームが2005年に実施した全国ケーブルテレビ調査⁽¹³⁾（牛山、川又、姜〔2006〕）においては、岡山県K局の32名が最大であった。

今回の長野調査においては、最大は37名、最

小は2名であり、平均は6.6名（無回答は除く）であった。しかしながら、その内訳を見ると、5名以下の局が18局、他部署との兼務がいる局が11局であった。

また、週あたりの制作番組数は、最小1本、最大22本とその幅は大きく、平均制作番組数は12.1本となった。但し、制作人数が3名程度であっても、局によっては毎週10本以上制作している局も存在しており、制作者の意識・工夫によって、制作活動の充実度の度合が変動していることが読み取れる〔図1〕。

実際に制作している番組内容に関しては、地域ニュース・出来事、イベント、街の話題、保育園・学校紹介等が中心となっており、各局に大差はない。また、多くの局で挙げられていた「地域ニュース」に関しては、事件・事故が含まれないことが多く、ニュースというよりは、地域の最新情報としての意味合いが強いことが推察される。

地域放送における制作活動には、人数等の点で様々な制約が働いている。その中で、制作者が地域情報を発信し続ける根拠に関して考察すれば、彼らが、自分たちの使命を強く認識しているからに他ならない。長野調査において、「制作活動を行う理由」に関する設問を設けたが、業態に係らず、1位は「地域メディアとしての使命」であった〔図2〕。地域放送における制作活動の根幹は、「担い手」の意識にあると言える。

(3) 地域ジャーナリズムとの関わり

コミュニティメディアにおける地域ジャーナ

表2 「全国調査」質問項目

回答ブロック	設問概要
団体概要	組織形態、主力メディア、放送・配布開始年、対象エリア、職員数
ウェブサイトの活用状況	ウェブサイト開設状況、開設時期、開設目的、ターゲット、コンテンツ内容、フィードバックの仕組み、他メディアとの連動、成果、問題点、他団体との連携
成果・課題・可能性	ウェブサイト開設の効果、構築・運営の問題点、他の団体との連携、ウェブと地域メディアの関わり

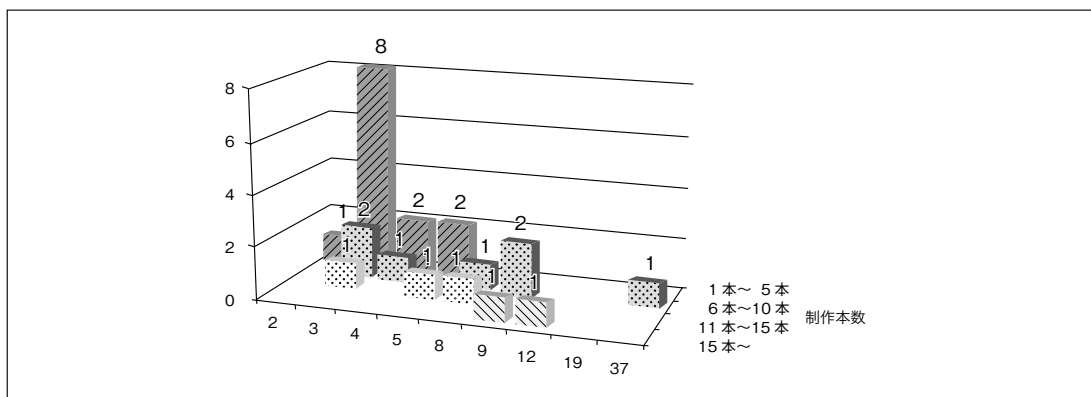


図1 制作本数と制作人数

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査（長野調査）（2008年2月実施）」

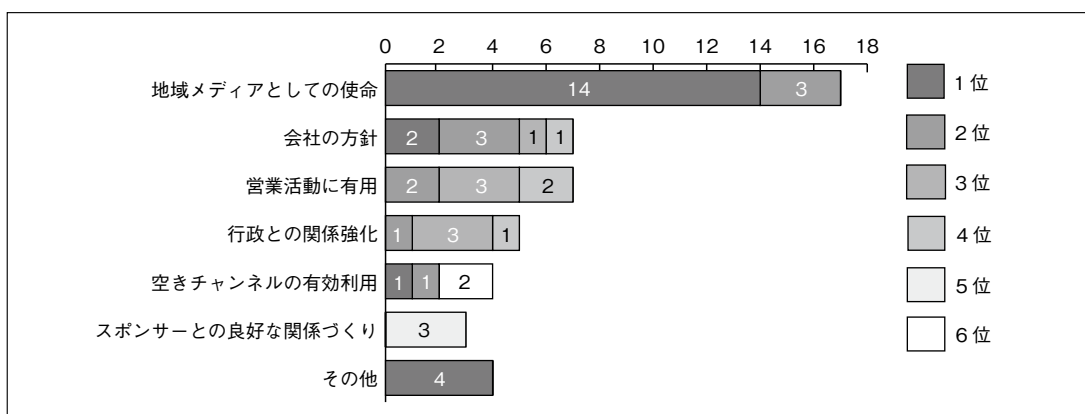


図2 自主制作を行う理由

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査（長野調査）（2008年2月実施）」

リズムの重要性に関しては、筆者がこれまでも扱ってきたテーマである。コミュニティメディアが地域報道機関として成立することは理念形に過ぎない、といった考え方もある⁽¹⁴⁾。実際、現状（長野調査）においては、論評等を加えずに事実のみを報道している局が全体の53.8%（14局）であり、「言論と報道の表現活動」までは踏み込んでいない局が多数である。しかしながら、論評を加えないまでも、市町村合併、福祉・医療、風力発電など多岐に渡る地域争点を継続的に扱っている局もある。中には、毎月フリージャーナリストを招いて報道特集を制作し

ている局や、市町村合併協議会の全会議の録画中継を行うことにより住民の合併に対する意識向上に寄与したと自負する局もあり、一部ではあるが、地域放送の制作者にとって地域争点報道の必要性が認識されていることが伺える。

また、地域争点報道に関しては、「記者クラブ」との関わりについても触れておく必要があるだろう。長野県においては、『脱・記者クラブ』宣言（2001年）⁽¹⁵⁾」が示されたことを契機に、従来のマスメディア以外の媒体（個人も含む）にも知事会見出席の門戸が開かれた経緯があるが、実際に今回の調査対象とした地域放送にお

いては、10局が記者クラブ（もしくはそれに代わる団体）に加入していた。また、加入はしてなくても、同等の扱いを受けていると回答した局もある。本県の地域放送、特に市町村においては、記者クラブがひとつの情報ソースとなっていることが推察される。

行政主体の局の場合は、中立的な立場を守るという観点から「一切、地域争点を扱わない」としている局が多いため、業態による違いを踏まえておく必要はあるが、地域放送における地域ジャーナリズム活動は、幅広く捉えるならば、成立可能性はあると考えられ、今後の地域放送において取り組むべき課題の一つとしても捉えられよう。

とはいえ、地域ジャーナリズム活動には、地域放送特有の様々な阻害要因が存在する。量的・質的双方の側面を検討する必要があるが、長野調査からは、「担当者の不足」「担当者の専門性の不足」「争点報道に関するノウハウの不足」等の「担い手」に関する問題、行政をはじめとする外部機関との関係が、阻害要因として抽出されている〔図3〕。

なお、図3において、他メディア（マスメディアを含む）との連携不足を阻害要因として感じている局が少数であることを指摘しておきたい。筆者は、本質問紙調査と合わせて、同県の地域放送の制作担当者へのヒアリング調査も実施したが、「同地域に立地するコミュニティFM

とケーブルテレビの経営母体が異なるために、連携の必要性は感じているものの実際の連携には至らない⁽¹⁶⁾」というコメントがあった。コミュニティには様々なメディアが立地するが、時には経営母体の違いも、連携を阻む要因になっているのではないかと推察される。制作者に強い認識がされていないものの、「ノウハウ不足」「財源不足」を補うためには、複数のメディア間の連携についても改めて検討する必要があるだろう。

（4）インターネットの活用

今日、地域放送において、インターネットをいかに活用するかが大きなテーマとなっている。そこで、「全国調査」の結果から、地域放送におけるインターネットの活用状況と今後の可能性について考察する。

本調査においては、他社との共同サイトも加えると、本調査のサンプルとした86局の内、80局（93.0%）が何らかの形でウェブサイトを開設している。最初に開設したのはコミュニティFM局の1995年、インターネットの普及と呼応するようにして、2000年から開設局数が急増している。

各局におけるウェブサイト開設目的の第1位は「自社の宣伝ツール」であるが、2位に「視聴者・リスナー・読者の増加」が位置づけられている点に注目したい。即ち、地域メディアに

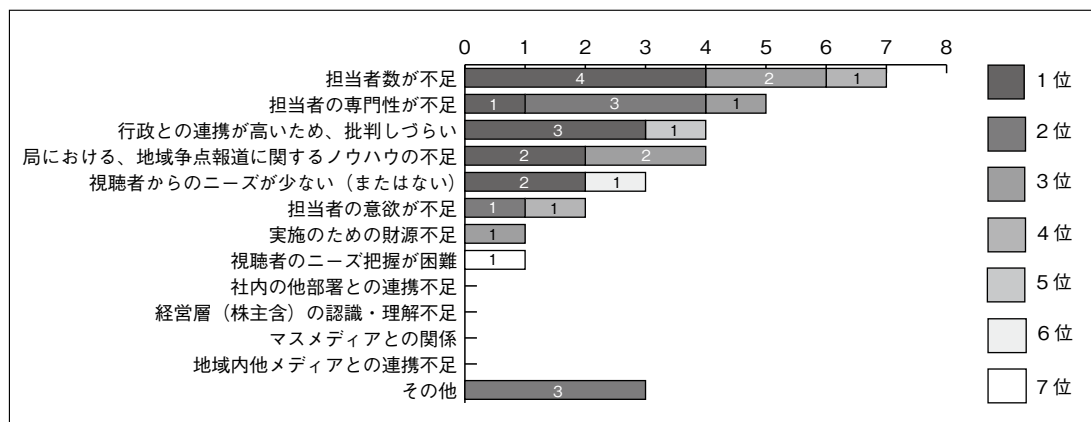


図3 地域争点報道を実施する際の課題

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査（長野調査）（2008年2月実施）」

におけるウェブサイトは主力メディア（ケーブルテレビ、コミュニティFM）とは目的が異なり、第一義的には各団体のPRツールとしての位置付けであるが、読者・視聴者獲得の観点から今後の活用意向が高いことが推測される〔図4〕。

ウェブサイトに掲載しているコンテンツに関しては、自社情報以外にも、半数以上の団体が地域団体とのリンク、地域行事・イベント情報等、当該地域に関わる事柄を掲載しており、今

後、地域のプラットフォームとしても成立し得る可能性があることが想定される。

また、番組・記事のアーカイブ化についても3割以上の団体が取り組んでおり、地域に根差した歴史を有する地域放送ならではの取組みと考えられる。しかしながら、自らが主力としている放送メディアとの連動に関しては、局によってそのスタンスは様々であり、各局ともにその方向性を模索している状況にある〔表3〕。

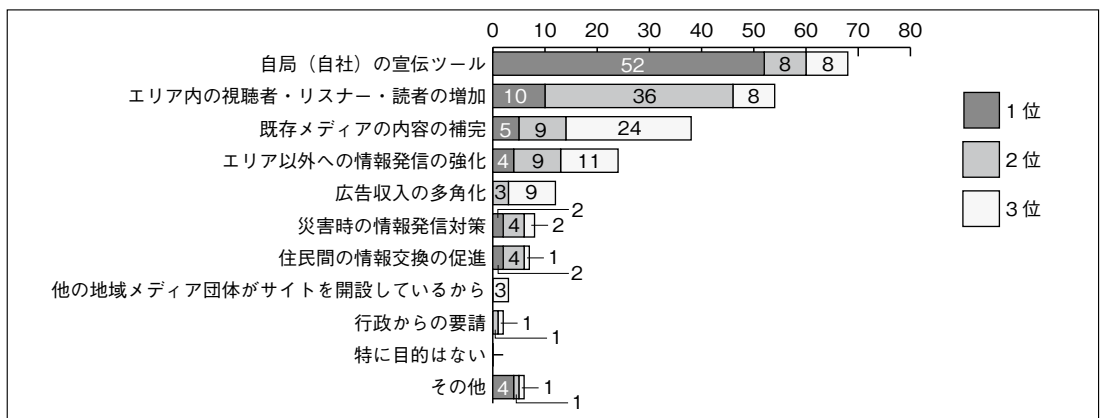


図4 ウェブサイト開設目的

出所：「地域メディアにおけるインターネットの活用状況に関する調査（全国調査）（2010年3月実施）」

表3 既存メディアとウェブの連動

分類	設問概要
番組・記事内容との連動	<ul style="list-style-type: none"> ・番組内で紹介したアイテムの詳しい紹介（CATV） ・番組で紹介した店舗をウェブ上、誌上で紹介する（CATV） ・放送やフリーペーパーで発信した情報がウェブサイトですべて見られることを目指している。むしろウェブサイトが、メディアの中心であり、それをフォローする媒体として、ラジオやフリーペーパー、そして直接市民のコミュニケーションできるイベントなどの活動があると考え（コミュニティFM） ・ラジオ番組とウェブの連動記事掲載（コミュニティFM）
番組・記事の転載	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ニュース（放送済み）の、デマンド配信（CATV） ・ニュース番組、情報番組のウェブ公開（CATV） ・放送番組のアーカイブを聴くことができる（コミュニティFM）
コミュニティ（ブログ・SNSなど）	<ul style="list-style-type: none"> ・番組ブログ（コミュニティFM） ・ラジオパーソナリティによる番組連動ブログの展開（コミュニティFM）

注：本設問は、自由回答形式で実施しており、各局の回答内容を踏まえて筆者が分類を行った。

出所：「地域メディアにおけるインターネットの活用状況に関する調査（全国調査）（2010年3月実施）」

インターネットの活用に関する今後の方向性に関しては、①ウェブの特性を生かす、②ターゲットの選定、③担い手の養成、④地域団体間の連携などの観点から検討が進められている。地域放送におけるインターネットの活用に関しては、地域放送の強みである①地元における認

知、②番組の蓄積を生かすことが必要であると考えられ、これらの強みを生かすことが可能になれば、ウェブサイトは今までと異なる視聴者層を掘り起こす可能性を有していることから、地域放送と並ぶコミュニティメディア媒体として成立し得る可能性が高い〔表4〕。

表4 ウェブの今後の活用可能性に関する各局の考え

分 類	設問概要
ウェブの特性を生かした活用方策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 弊社のWEBTVはテレビとしての画像情報には遠くおよばない。しかし津波監視画像は画が粗いにもかかわらず、おおくの接続があり、地域の情報発信には特徴が出る(CATV) ・ 従来の紙媒体にはできない即時対応。(CATV) ・ お互い足りない情報を相互に補完できる。(コミュニティ FM) ・ ウェブのバリアフリー化がもっと必要。地域ポータルの乱立による媒体力の全体低下(コミュニティ FM) ・ それぞれの媒体に特性や得意分野や対象年齢層があり、それらを相互補完しつつ情報連携する手段としてウェブは重要である。(コミュニティ FM) ・ 地域情報はたくさんあると思うし、ネット上にもたくさん溢れているが、それを整理して発信する媒体が欠如していると思う。行政のサイトも決して上手に整理されているわけではないし、制約も多いと思う。弊社では、様々なメディアを駆使して、地域情報を包括的に収集し、発信していくメディアを目指していきたいと考える。また、情報はウェブ上にあればいいというものではなく、いわゆる地域コミュニティの育成と同時に進めていくべきだと思う。でなければ、情報だけが暴走し、決して良い結果は得られないと考える。(コミュニティ FM)
ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> ・ ウェブやポッドキャストの反応は放送エリア外からが大半である。地元重視であるコミュニティ FMにとって、優勢順位とバランスをどうとっていくのが課題である。(コミュニティ FM)
担い手	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地域全体で情報発信できる人たちの多く育てる必要がある。(CATV) ・ 町会、商店街レベルの比較的小さい規模の地域情報を収集するのは負担が大きいため(区単位で担当する立場として) 各町会等で、情報を公開できることが理想だが、団体によっては高齢の方しかおらず文字の入力、デジカメ等の操作もままならない状態。少ない人数で効率よく情報を収集できる体制を考えたい。(CATV)
地域間団体の連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ かなりのアクセス数が確立できているので、地域コミュニティツールとして、自治体や自治振興会などと協働し、データ放送とも連動できるコンテンツ構築体制を整えていきたいと考えている。(CATV) ・ 当社ホームページを市のポータルサイトとつないで活用・運用していきたい。今後は、当社放送のデジタルデータ放送とのリンクを通じて、より細かい地域情報をテレビとネットで提供していく予定。(CATV) ・ 地域情報が一体化していない印象を受ける。WEBサイトは、気軽に立ち上げることができるが、あくまでも個々の管理であるため、地域における横の繋がりが見えない。地域の機関が全て独立しているため、地域活性化の妨げになっているような気がする。(CATV) ・ 自治体が行政情報などをRSSで配信し、地域メディアのウェブで自由に情報掲載・発信できるようになれば、地域情報の拡大につながるのではないかと。(コミュニティ FM)

注：本設問は、自由回答形式で実施しており、各局の回答内容を踏まえて筆者が分類を行った。

出所：「地域メディアにおけるインターネットの活用状況に関する調査（全国調査）（2010年3月実施）」

(5) 地域放送を支える「担い手」養成

最後に、今後の地域放送の可能性を検討するにあたり、「担い手」自身の問題を取り上げる。地域放送において、視聴者を獲得し、地域における基盤を強固にするにあたっては、良質かつ独自のコンテンツを生み出さなければならず、今後、担い手の資質が一層問われることになろう。一方、地域によっては高齢化が進んでいる場合もあり、将来の担い手の養成に関しても今後大きな課題になると考えられる。そこで、先述の「長野調査」に立ち戻り、担い手に求められる資質、現在のスタッフの養成状況、裾野拡大に向けた将来の担い手養成の3つの観点から考察していく。

まず、「地域メディアの担い手に求められる資質」に関しては、制作者より、図5のような回答が示されている。

すなわち、制作者自身から見れば、コミュニティメディアの担い手は、地域のスペシャリス

トであると同時に、各主体を結ぶコミュニケーターとして、そして自らの高いマインドをもっていることが必要とされるのである。これらの事柄については、長野県のみならず、全国的に共通する事柄ではないだろうか。

とはいえ、実際、現場のスタッフの養成に関しては、技術スキルの向上に関するものが大半であり、制作スタッフを対象とした勉強会・研修会を全く実施していない局も6局存在していた〔図6〕。これらの状況は、1)『時間』(例：日々の業務に追われることで育成時間が確保できない) 2)『人材』(スタッフの退職や人事異動)、3)『費用』(例：特に外部研修の場合)等に起因している。

「担当者の専門性不足」「ノウハウ不足」の解消策としては、各局を担うべき人材の育成に注力することが求められる一方、外部機関とも連携を図りながら上記のような課題をどのように乗り越えていくかが問われていると考えられる。

情報収集力、コミュニケーション力(2)、信頼獲得、広い視野、使命感、責任感、高い倫理観、やる気、判断力、物事の重要性をかきとる嗅覚、バランス感覚(2)、興味、ふれあい、忍耐、感性、日本語力、コミュニケーション能力・体力、知識・教養、打たれ強さ、決断力、行動力、コミュニケーション力、直感力、地域とのコネクション、地域密着への関心(2)、向上心、市民の目線、ジャーナリストとしての感性、公平・中立・リベラルな視点

図5 コミュニティメディアの担い手に求められる資質

注：語句の後に()は回答数。記載のない場合は(1)。

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査(長野調査)(2008年2月実施)」

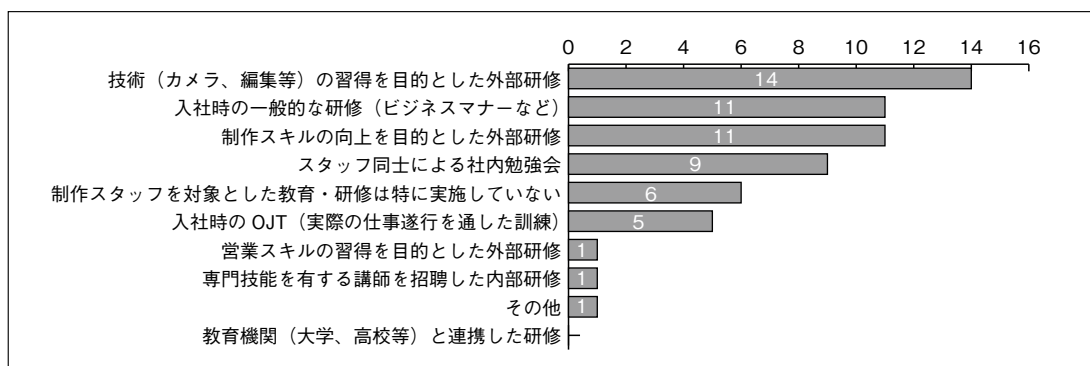


図6 制作人材育成に関して実施している事柄

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査(長野調査)(2008年2月実施)」

一方、将来の担い手養成という観点からは、「特に取り組んでいる事柄はない」局が多数であり、住民や学生との番組共同制作、インターンシップは一部の局で実施されているのみである。地域放送の担い手の裾野拡大は必要不可欠な事柄であり、今後は、地元の教育機関、公的機関との連携が一層必要になろう〔図7〕。

5. まとめにかえて

本稿においては、地域放送の役割・意義を検討するにあたり、2つの質問紙調査を手がかりとして、①地域放送における制作活動、②地域ジャーナリズムとの関わり、③インターネットの活用、④担い手の養成を取り上げ、各々現状と課題を考察し、以下の点が明らかになった。

- ① 地域放送における制作活動に関しては、人数構成、制作内容から、制作活動の現状を考察した。その結果、極めて少ない人数で制作を実施している一方で、制作本数という観点から見れば、少人数でも積極的に取り組んでいる局も見られた。その根幹にあるのは「地域メディアとしての使命」であった。
- ② 地域ジャーナリズムの関わりに関しては、各局が置かれた環境によって取り組み姿勢は異なるものの、広い意味で捉えたジャーナリズム活動は各局の工夫次第で可能であることが示唆された。しかしながら、地域に密着したメディアだからこそ多くの課題が生じてお

り、今後は、他メディアとの連携等にその可能性を見出すことが必要であろう。

- ③ インターネットの活用に関しては、全国的なインターネット網の整備が進む中、地域放送においても、多くの取り組みが行われていることが明らかになった。現在は、各局ともに模索段階にあるものの、制作者における活用意向は高く、これまでの番組の蓄積をインターネットという情報伝達手段を通じて、どのようなターゲットにどのような内容を発信していくのか、が今後の課題になるのではないかと推察される。
- ④ 担い手養成に関しては、コミュニティメディアの制作者に求められる資質に関して、制作者自身が多様な観点で認識しているにも関わらず、実際に組織的な養成には至っていないことが判明した。地域放送制作の現場が極めて少数で行われていることは先に指摘した通りであり、外部機関、他のコミュニティメディアとの連携が今後は大きな課題になると考えられる。

本稿においては、紙幅の都合もあり、地域放送に焦点を当てて整理してきたが、今後は、その他の地域メディア（特に紙媒体）も含めて分析を深化させていくことを予定している。また、本稿の一部でも取り上げているが、インターネットという新しい媒体の活用により、地域情報の生成過程がどのように変容したのか、地域事

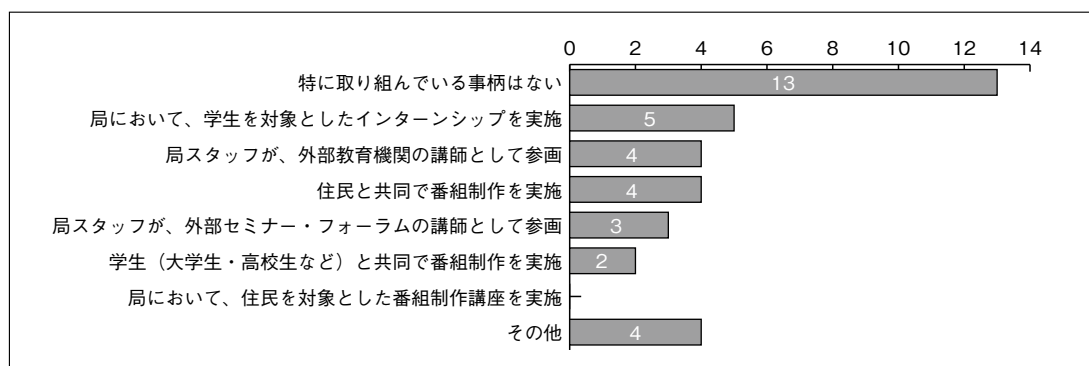


図7 将来の担い手育成に向けて取り組んでいる事柄

出所：「コミュニティチャンネルの制作状況に関するアンケート調査（長野調査）（2008年2月実施）」

例の分析や各社のウェブサイト分析を行い、詳細に検討を進めていきたいと考えている。

謝辞

本稿は、平成21年度日本学術振興会科学研究費補助金（課題番号：20830082）（若手研究（スタートアップ））「インターネットの活用による地域情報生成過程の変容に関する実証的研究」、平成18年度放送文化基金研究助成「地域放送における地域ジャーナリズムの分析」の成果の一部を活用したものである。

末筆になるが、業務多忙の折、地域放送関係者の方々にはアンケート・ヒアリングを通じてご協力いただき、有益な示唆を得ることができた。以上、ここに記して、深く御礼申し上げる。

【注】

- (1) 本稿においては、用語の混乱を避けるため、「コミュニティメディア」を統一して使用し、資料等の名称の場合のみ、「地域メディア」「ローカルメディア」等の表記を用いた。
- (2) 坂田（2003）は、コミュニティFMにおけるインターネット放送の分析にあたり、「従来の地域メディア研究の中心は、個別のメディアを対象としており、個々の地域メディアと地域の関係性に重点がおかれていた」ことを指摘している（坂田〔2003〕、p.135）。
- (3) 田村は、その後、別書（田村、〔1999〕）において、メディアの発達を踏まえて、多様化したメディアを国民社会、広域社会、県域社会、地域社会に位置付けた「メディア同心円図」を提唱した。
- (4) 規制緩和の主なものとしては、地元事業者要件の廃止とサービス区域制限の緩和（1993年）、外資規制の緩和と撤廃（1996年）、電気通信役務利用放送法（2001年制定）等が挙げられる。
- (5) MSO＝マルチシステムオペレーター。複数の地域にまたがるケーブルテレビ局を運営。筆者を含む研究チームは、MSO化が制作にもたらす影響に関して、事業者へのヒアリングを踏まえて別稿にて詳細に分析した（川又、牛山、姜〔2007〕）。
- (6) 本調査は、放送文化基金平成18年度助成研

究「地域放送における地域ジャーナリズムの分析—長野県南信地域における送り手調査を媒介にして—」の一環として、地域放送メディアにおけるコミュニティ・チャンネルの現状と課題を把握することを目的として実施したものである。

- (7) 本データは、信越総合通信局報道資料「ケーブルテレビの加入状況（自主放送を行う許可施設）」（2009年6月16日付）による。普及率は、平成19年度末の住民基本台帳世帯数から算出されたもので、全国平均では44.0%、隣県の新潟県は16.2%の普及率である。
- (8) 長野県においては、県内の地域特性の違いもあり、市町村合併が頓挫したケースが多い。現在の市町村数は、北海道に次いで第2位である。
- (9) 本コンクールは、日本ケーブルテレビ連盟、日本CATV技術協会の主催により、1975年に開始され、2009年度で第35回目を迎えた催しである。本コンクールは、ケーブルテレビ番組のさらなる質の向上を図ることを目的として、「地域に密着した自主制作番組」、「専門チャンネル番組」、「オリジナル番組」を全国のケーブルテレビ事業者、及びケーブルテレビ番組供給事業者（サプライヤー）から公募し、毎年6月に開催されるケーブルテレビショーで表彰式が行われている（「ケーブル新時代」2009年8・9月合併号）。
- (10) タウンページ、日本ケーブルテレビ連盟加盟局及び日本ケーブル年鑑掲載局、コミュニティ放送協議会加盟局を全てリストアップし、重複を除き、対象を抽出した。
- (11) 本調査は、平成21年度日本学術振興会科学研究費補助金（課題番号：20830082）（若手研究（スタートアップ））の助成を受けて、企画・実施されたものである。本稿においては、地域放送事業者の回答部分のみ抽出している。紙幅の都合で、本稿で取り上げることができなかったその他の調査対象の動向及び回答箇所については、別稿にて詳述する予定である。
- (12) 日本地域新聞協議会発行「日本地域新聞ガイド」、ケーブル年鑑2008、JCBA日本コミュニティ放送協会ウェブサイト、日本生活情報誌協会ウェブサイトから該当団体を抽出し、重複分を除き、対象を抽出した。
- (13) 本調査は、2004年7月から8月にかけて、日本全国のケーブルテレビ局を対象として、アンケート調査形式で実施した。有効発送数585通のうち、247社より回答があり、回収率は42.2%であった。

- (14) 地域放送におけるジャーナリズム機能に関しては、川島(2008)による「実際に研究の分野で提起されるジャーナリズムのおよび公益的な意味合いを含むわけではなく、現実と理念の乖離がみられる(川島、[2008]:p.170)。」の指摘に見られるように、その実現にあたっては否定的な見解が多い。しかしながら、牛山・川又・姜(2006)における調査では、制作者のジャーナリズムに対する高い意欲を読み取ることができた。したがって、本稿においては、ジャーナリズムを厳格に定義付けるのではなく、制作者の意識から実現に向けてどのような課題があるのか、というボトムアップの観点から分析対象としている。
- (15) 長野県ウェブサイト：
<http://www.pref.nagano.jp/hisyo/press/kisha.htm> (2009年10月5日閲覧)
- (16) 長野県に立地するコミュニティFM A社制作担当者へのインタビューにて

【引用文献】

- 金山智子、『コミュニティ・メディア コミュニティFMが地域をつなぐ』、(慶應義塾大学出版会、東京)、p.24、(2007)
- 田村紀雄、牛山佳菜代、「地域メディアにおける政治情報提供の可能性 —長野県地域メディア送り手意識調査より」、『コミュニケーション科学』19号、pp.73-93、(2004)
- 牛山佳菜代・姜英美・川又実、「日本の地域メディアにおける地域情報生成過程」、『コミュニケーション科学』、22号、pp.211-231、(2005)
- 田村紀雄、「「市民が所有する地域のジャーナリズム」思想の出現」、田村紀雄・白水繁彦編著、『現代地域メディア論』、(日本評論社、東京)、pp.1-15、(2007)
- 川島安博、『日本のケーブルテレビに求められる「地域メディア機能」の再検討』、(学文社、東京)、pp.72-88、(2008)
- 田村紀雄、『コミュニティ・メディア論 改訂増補』、(現代ジャーナリズム出版会、東京)、pp.37-45、(1974)
- 岩佐淳一、「ケーブルテレビにみられるビジネス化—MSO化をどのように考えるか」、田村紀雄・白水繁彦編著、『現代地域メディア論』、(日本評論社、東京)、pp.101-117、(2007)
- 加藤晴明、「コミュニティ放送の事業とディレンマ—コミュニティFMの事業現場の景観から」、田村紀雄・白水繁彦編著、『現代地域メディア論』、(日本評論社、東京)、pp.135-151、(2007)
- 坂田謙司、「コミュニティFMによるインターネット放送 —インターネット時代における地域メディアの新しい展開」、マス・コミュニケーション研究、62号、p.135、(2003)
- 田村紀雄、『コミュニケーション』、(柏書房、東京)、pp.184-186、(1999)

【参考文献】

- N. W. Jankowski, ed., *Community Media in the INFORMATION AGE*, Hampton Press, 2002
- L. K. Fuller, ed., *Community Media International Perspectives*, Palgrave macmillan, 2007
- 河井孝仁・遊橋裕泰編著、「地域メディアが地域を変える」、(日本経済評論社、東京)、(2009)
- 多喜弘次、『テクノロジーの幻惑 情報メディア研究を再考す』、(北樹出版、東京)、(1998)
- 竹内郁郎・田村紀雄編著、『[新版] 地域メディア』、(日本評論社、東京)、(1989)
- 田村紀雄編著、『地域メディアを学ぶ人のために』、(世界思想社、東京)、(2003)
- 田村紀雄・白水繁彦編著、『現代地域メディア論』、(日本評論社、東京)、(2007)
- 林茂樹編、『地域メディアの新展開 CATVを中心として』、(中央大学出版部、東京)、(2006)
- 林茂樹・浅岡隆裕編著、『ネットワーク化・地域情報化とローカルメディア ケーブルテレビの今後を見る』、(ハーベスト社、東京)、(2009)
- 松野良一編著、『市民メディア活動→現場からの報告』、(中央大学出版部、東京)、(2005)
- 松野良一編著、『市民メディア論 デジタル時代のパラダイムシフト』(ナカニシヤ出版、京都)、(2005)
- 丸田一、『ウェブが創る新しい郷土—地域情報化のすすめ』、(講談社、東京)、(2007)
- 浅岡隆裕、「地域メディアの新しいかたち」、田村紀雄・白水繁彦編著、『現代地域メディア論』、(日本評論社、東京)、(2007)
- 牛山佳菜代、『コミュニティ・メディアにおける担い手養成の現状と課題』、2008年日本社会情報学会(JASI & JSIS) 合同研究大会論文集、(2008)
- 川又実・牛山佳菜代・姜英美、「コミュニティ・ケーブルのネットワーク化の現状と課題-ケーブルテレビ局における取り組みを中心にして」、2007年日本社会情報学会(JASI & JSIS) 合同研究大

会論文集、(2007)

田村紀雄、牛山佳菜代、「地域メディアにおける政治情報提供の可能性—長野県地域メディア送入手意識調査より」、『コミュニケーション科学』19号、pp.73-93、(2004)

